

**This Page Is Inserted by IFW Operations
and is not a part of the Official Record**

BEST AVAILABLE IMAGES

**Defective images within this document are accurate representation of
The original documents submitted by the applicant.**

Defects in the images may include (but are not limited to):

- **BLACK BORDERS**
- **TEXT CUT OFF AT TOP, BOTTOM OR SIDES**
- **FADED TEXT**
- **ILLEGIBLE TEXT**
- **SKEWED/SLANTED IMAGES**
- **COLORLED PHOTOS**
- **BLACK OR VERY BLACK AND WHITE DARK PHOTOS**
- **GRAY SCALE DOCUMENTS**

IMAGES ARE BEST AVAILABLE COPY.

**As rescanning documents *will not* correct images,
please do not report the images to the
Image Problem Mailbox.**

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号

特開平9-83678

(43) 公開日 平成9年(1997) 3月28日

(51) Int.Cl. ⁶	識別記号	庁内整理番号	F I	技術表示箇所
H 0 4 M 15/00			H 0 4 M 15/00	Z
G 0 6 F 13/00	3 5 7		G 0 6 F 13/00	3 5 7 Z
17/60			15/21	3 3 0

審査請求 未請求 請求項の数10 O L (全 8 頁)

(21) 出願番号 特願平7-237083

(22) 出願日 平成7年(1995) 9月14日

(71) 出願人 000005223

富士通株式会社

神奈川県川崎市中原区上小田中4丁目1番1号

(72) 発明者 兵藤 義以

神奈川県川崎市中原区上小田中1015番地
富士通株式会社内

(74) 代理人 弁理士 大菅 義之 (外1名)

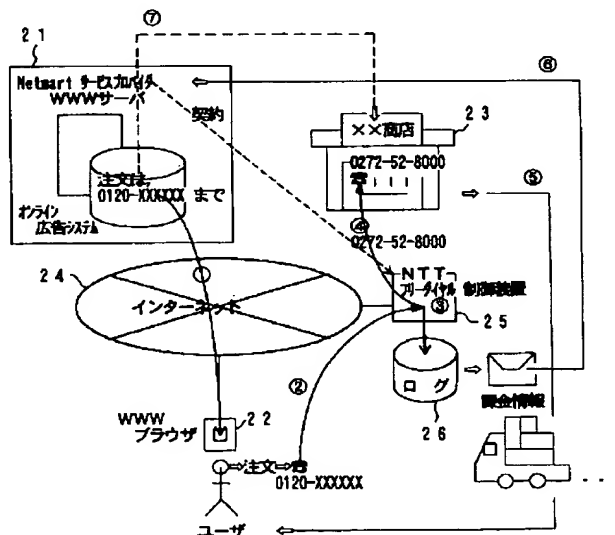
(54) 【発明の名称】 オンライン広告システムおよび方法

(57) 【要約】 (修正有)

【課題】 オンラインショッピングにおいて、サービスプロバイダがオンライン広告の有効性を把握する。

【解決手段】 ユーザがユーザ端末22からWWW（登録商標）ブラウザを用い、インターネット24上でオンライン広告システム21の広告にアクセスすると、WWWサーバは商店23のフリーダイヤル（登録商標）を含む広告をユーザ端末22に送り、アクセス情報をログとして取得する。ユーザがフリーダイヤルに電話すると、フリーダイヤル制御装置25はフリーダイヤルのアクセス情報をログ26として取得し、ユーザからの電話を商店23の実際の電話番号につなぐ。取引が成立すると商品がユーザに配送される。フリーダイヤルのログ26の内容はサービスプロバイダに通知され、サービスプロバイダはWWWサーバとフリーダイヤルのアクセスログを集計／分析し商店23に通知する。

実施形態のオンラインショッピングを示す図



1

【特許請求の範囲】

【請求項 1】 ネットワークに接続され、ユーザからのアクセスに応じて広告主の広告をオンラインで提供する情報処理システムにおいて、前記広告主につながるフリーダイヤルのアクセス番号を含む広告情報を記憶する広告情報記憶手段と、前記ネットワークを介してユーザ端末から前記広告情報のアクセス要求を受け取った時、該広告情報を該ユーザ端末に送信する通信手段とを備えることを特徴とするオンライン広告システム。

【請求項 2】 前記広告情報に対する前記ユーザのアクセスに関する第 1 のアクセス情報を記憶するログ情報記憶手段をさらに備え、前記通信手段は、前記広告情報を前記ユーザ端末に送信した時、前記第 1 のアクセス情報を前記ログ情報記憶手段に格納することを特徴とする請求項 1 記載のオンライン広告システム。

【請求項 3】 前記フリーダイヤルのアクセス番号に対するアクセスに関する第 2 のアクセス情報を受け取り、前記第 1 および第 2 のアクセス情報の解析を行って、解析結果を出力する解析手段をさらに備えることを特徴とする請求項 2 記載のオンライン広告システム。

【請求項 4】 前記ログ情報記憶手段は、前記広告情報に対する前記ユーザのアクセス日時を前記第 1 のアクセス情報を記憶し、前記解析手段は、前記フリーダイヤルのアクセス番号に対するアクセス日時の情報を含む前記第 2 のアクセス情報を受け取り、該第 1 および第 2 のアクセス情報に含まれる日時の関係を解析することを特徴とする請求項 3 記載のオンライン広告システム。

【請求項 5】 前記解析手段は、前記第 1 のアクセス情報が指す広告情報の広告主と、前記第 2 のアクセス情報が指すアクセス番号に対応する広告主とが一致する時、前記日時の関係を解析することを特徴とする請求項 4 記載のオンライン広告システム。

【請求項 6】 前記解析手段は、前記第 1 のアクセス情報に含まれるアクセス日時から所定時間内に行われた前記アクセス番号に対するアクセスの数を求め、求めたアクセス数と前記第 1 のアクセス情報に含まれるアクセスの数とから、前記広告情報に対する有効なアクセスの割合を計算することを特徴とする請求項 4 記載のオンライン広告システム。

【請求項 7】 前記解析手段は、前記フリーダイヤルのアクセス番号の使用料金に関する課金情報に含まれる前記第 2 のアクセス情報を受け取ることを特徴とする請求項 3 記載のオンライン広告システム。

【請求項 8】 前記解析手段は、前記第 1 のアクセス情報に含まれるアクセスの数と前記第 2 のアクセス情報に含まれるアクセスの数とに基づいて、前記広告情報に対する有効なアクセスの割合を計算することを特徴とする請求項 3 記載のオンライン広告システム。

2

【請求項 9】 ネットワークに接続され、ユーザからのアクセスに応じて広告主の広告をオンラインで提供する情報処理システムにおける記憶媒体であって、前記ネットワークを介してユーザ端末から広告情報のアクセス要求を受け取る手段と、該アクセス要求に応じて、前記広告主につながるフリーダイヤルのアクセス番号を含む広告情報を前記ユーザ端末に送信する手段とを備えることを特徴とする記憶媒体。

10 【請求項 10】 ネットワークに接続され、ユーザからのアクセスに応じて広告主の広告をオンラインで提供する方法において、前記広告主につながるフリーダイヤルのアクセス番号を含む広告情報を保持し、前記ネットワークを介してユーザ端末から前記広告情報のアクセス要求を受け取った時、該広告情報を該ユーザ端末に送信することを特徴とするオンライン広告方法。

【発明の詳細な説明】

【0001】

20 【発明の属する技術分野】 本発明は、ネットワークを利用したオンラインショッピングにおいて、商品やサービス等の広告情報をネットワーク上に流すオンライン広告システムおよびその方法に関する。

【0002】

【従来の技術】 現在、インターネットを利用したオンラインショッピングにおいては、WWW (world wide web) サーバをアクセスする様々なユーザのニーズを把握するために、WWWサーバはそのアクセスログなどの情報を取得している。このようなオンラインショッピングの中で商品やサービス等の広告を提供するシステムでは、ユーザは既存メディア (FAX や電話の問い合わせ) を利用して、WWWサーバ上に掲載された商品やサービスの注文/購入を行う。

30 【0003】 図 6 は、従来のオンラインショッピングを示している。図 6 において、WWWサーバを備えたサービスプロバイダのシステム 1 は、インターネット 4 を介して、WWWブラウザを備えたユーザ端末 2 に接続されている。WWWブラウザとは、ユーザ端末 2 の画面上でポインティング・デバイスを用いてクリック操作を行うことにより、インターネット 4 上で関連情報のあるサイトや目的とするファイルへ簡単にジャンプできる機能を持つソフトウェアである。図 6 では、次の順序でオンラインショッピングが行われる。

インターネット 4 上で、ユーザが WWWサーバの広告をアクセス (参照) する。

ユーザが、気に入った商品を実際の店舗 3 (××商店) に電話をかけて注文する。このとき、広告に掲載された商店 3 の通常の電話番号 0 2 7 2-5 2-8 0 0 0 が用いられる。

50 商店 3 とユーザが話をし、取引が成立すると、商品

が商店3より配送される。

【0004】

【発明が解決しようとする課題】しかしながら、上述のような従来のオンラインショッピングには次のような問題がある。

【0005】掲載した商品等の広告に対するアクセス頻度はWWWサーバのアクセスログからある程度判っても、注文／購入に関する情報がWWWサーバ上を通らないため、実際にアクセスしたユーザの中で何人が商品を購入したか（ヒット率）が不明である。商品がどの程度売れたかをプロバイダが知るには、実在する店舗に直接聞く必要がある。しかし、新聞や雑誌広告などのオンライン広告以外の方法で宣伝を実施している店舗では、ユーザの商品購入の動機がインターネット上の広告によるものか、その他の情報によるものか、判断がつかない場合が多い。このため、店舗から商品の売れ行きを聞き出しても、プロバイダがオンライン広告の有効性を確認することは難しいという問題がある。

【0006】また、たとえ店舗がインターネット用に別口の電話番号を開設しても、その電話番号にかかってきた電話の受信の回数程度しか分からない。したがって、店舗自身が意識的に受信電話の統計を取る手間をかけなければ、上述の問題は解決しない。

【0007】本発明は、ネットワークを利用したオンラインショッピングにおいて、サービスプロバイダがオンライン広告の有効性を把握することが可能なオンライン広告システムおよびその方法を提供することを目的とする。

【0008】

【課題を解決するための手段】図1は、本発明のオンライン広告システムの原理図である。図1のオンライン広告システムはネットワークに接続された情報処理システムにより実現され、広告情報記憶手段11、通信手段12、ログ情報記憶手段13、および解析手段14を備える。

【0009】広告情報記憶手段11は、上記広告主につながるフリーダイヤルのアクセス番号を含む広告情報を記憶する。通信手段12は、上記ネットワークを介してユーザ端末から上記広告情報のアクセス要求を受け取った時、その広告情報をユーザ端末に送信する。

【0010】上記広告情報に含まれるアクセス番号は、例えば電話やFAX（ファクシミリ）等のフリーダイヤルの番号であり、商品やサービスを提供する広告主にユーザが注文を出す際に用いられる。一般に、フリーダイヤルの請求書からはその番号の通話数を知ることができるので、オンライン広告サービスのプロバイダは広告の反響を調べる事が可能となる。例えば、ユーザがフリーダイヤルを用いて広告主にアクセスした回数や時刻を統計データとして採取し、それを広告主に提供することが可能となる。

【0011】ログ情報記憶手段13は、上記広告情報に対するユーザのアクセスに関する第1のアクセス情報を記憶し、通信手段12は、上記広告情報を上記ユーザ端末に送信した時、その第1のアクセス情報をログ情報記憶手段13に格納する。

【0012】インターネット上のオンラインショッピングの場合、ユーザがWWWブラウザを用いてどのホームページのどの部分にアクセスしたかを示すログ情報が、第1のアクセス情報としてログ情報記憶手段13に記憶される。

【0013】そして、解析手段14は、上記フリーダイヤルのアクセス番号に対するアクセスに関する第2のアクセス情報を受け取り、第1および第2のアクセス情報の解析を行って、解析結果を出力する。

【0014】第2のアクセス情報としては、例えばフリーダイヤルの請求書が用いられる。この第2のアクセス情報に含まれる通話記録の数とログ情報記憶手段13に記憶された第1のアクセス情報に含まれるアクセス記録の数とから、対応する広告情報に対する有効なアクセス数を推定することができる。解析手段14は、この有効なアクセス数に関する情報を解析結果として出力する。出力された解析結果は、必要に応じてプロバイダから広告主に提供される。

【0015】例えば、図1の広告情報記憶手段11とログ情報記憶手段13は、実施形態における図2のオンライン広告システム21を構成する計算機のメモリに対応する。また、通信手段12と解析手段14は、その計算機の処理装置に対応する。

【0016】

【発明の実施の形態】以下、図面を参照しながら本発明の実施の形態を詳細に説明する。図2は、本発明の実施形態におけるオンラインショッピングを示している。図2において、WWWサーバを備えたサービスプロバイダのオンライン広告システム21は、インターネット24を介して、WWWブラウザを備えたユーザ端末22に接続されている。オンライン広告システム21は、CPU（中央処理装置）やメモリを備える計算機を含み、インターネット24上のプロバイダのホームページNetmartに広告情報を掲載する。図2では、次の順序でオンラインショッピングが行われる。

ユーザが、ユーザ端末22からWWWブラウザを用いて、インターネット24上でWWWサーバのオンライン広告をアクセス（参照）する。このとき、オンライン広告システム21は、××商店23の商品説明とフリーダイヤルの番号0120-××××××をユーザ端末22の画面上に表示させ、ユーザの識別情報、アクセス時刻、アクセスしたページ等の情報をアクセスログとして保持する。

ユーザが、オンライン広告に掲載されたフリーダイヤルに電話をかけて、気に入った商品を注文する。

5

電話会社（NTT）のフリーダイヤル制御装置25は、ユーザの電話番号、通話受け付け日および時刻、通話時間等のフリーダイヤルのアクセス情報をロギングし、ログ26として保持する。

フリーダイヤル制御装置25は、ユーザからの電話を、フリーダイヤルに対応する××商店23の実際の店舗の電話番号0272-52-8000につなげる。

商店23とユーザが話をし、取引が成立すると、商品が商店23より配送される。

フリーダイヤルのログ26の内容（課金情報）が、NTTからサービスプロバイダに通知される。

サービスプロバイダは必要に応じて、WWWサーバ上のアクセスログとフリーダイヤルのアクセスログを集計／分析し、その結果を広告主である××商店23に提供する。

【0017】本実施形態においては、サービスプロバイダはあらかじめNTTとフリーダイヤル契約を結んでおり、フリーダイヤルの接続先として広告主の電話番号を登録しておく。この場合、フリーダイヤルの使用料の請求書はプロバイダに送られる。プロバイダは、そのフリーダイヤルを私的用途に使用しないように広告主に要請しておく。私的用途に使用すると、その記録がフリーダイヤルのアクセスログに含まれてしまい、請求書等の課金情報では他のユーザの電話との区別がつかなくなるためである。

【0018】もちろん、広告主自身がNTTとフリーダイヤルの契約を実施してもよいが、その場合はログの解析は広告主が行うことになる。また、プロバイダがフリーダイヤル契約を結び、NTTから請求された電話料金を広告主に請求するユーザが店舗へ商品を注文する際にフリーダイヤルを用いることにより、プロバイダは、ユーザが店舗にコンタクトした回数／時間等の情報をNTTからの請求書の形で得られる。したがって、これを各ページのアクセスログと突き合わせることにより、インターネット上での広告の効果が統計的に分析できる。また、フリーダイヤルに電話をかけた場合、NTTにより自動的に店舗の電話番号に転送されるので、店舗側はインターネットを見て電話してきたユーザかどうかを意識しなくてもよい。

【0019】図3は、オンラインショッピングに関して、サービスプロバイダ側で行う処理のフローチャートである。図3において処理が開始されると、オンライン広告システム21のWWWサーバは、まずフリーダイヤルを掲載したオンライン広告をネットワーク上に流し（ステップS1）、アクセスしてきたユーザのアクセスログを取得する（ステップS2）。アクセスログは、ユーザのクリック操作により表示されるページが代わる度に取得される。

【0020】図4は、WWWサーバ上でのアクセスログの例を示している。図4のアクセスログには、ホスト

6

名、利用者名、認証名、アクセス日時、リクエスト、ステータス、返却したデータ長が含まれる。ホスト名は、オンライン広告システム21のホスト計算機名を表し、利用者名および認証名は、アクセスしてきたユーザの識別名を表す。また、リクエストは、ユーザがWWWブラウザを用いてリクエストしたHTML（hyper text markup language）ファイルの情報を表し、データ長は、WWWサーバがユーザ端末22に返送したデータの長さを表す。リクエストの中のA、HTMLがHTMLファイルのファイル名に相当する。

【0021】次に、プロバイダはNTTから、フリーダイヤルのアクセスログとして請求書を受け取り、オンライン広告システム21に入力する（ステップS3）。図5は、フリーダイヤルの請求書の例を示している。図5の請求書には、フリーダイヤルの番号（不図示）とともに、各通話毎の通話月日、通話開始時刻、発信地域名、通話時間、通話度数、ダイヤル通話料が記載されている。このようにフリーダイヤルの通話料の請求書には、一定期間の通話度数の合計だけではなく、各通話毎の情報が記載される。したがって、特定の時間帯に何人から電話があったかを容易に知ることができる。

【0022】オンライン広告システム21は、あらかじめプログラミングされた方法でWWWサーバが取得したアクセスログと、フリーダイヤルのアクセスログとを集計／分析する（ステップS4）。ここでは、例えば、WWWサーバのアクセスログから特定の時間帯のアクセス件数を集計し、フリーダイヤルのアクセスログから同じ時間帯の通話件数を集計する。そして、その時間帯のNetmartへのアクセス件数に対する通話件数の比率（ヒット率）を計算する。商品等が季節毎に変わる広告の場合、一定期間毎にヒット率を計算することもできる。

【0023】そして、プロバイダはログの分析結果を広告主に通知し（ステップS5）、処理を終了する。分析結果の通知は、オンライン広告システム21から広告主の端末に電子メールを送る等の方法によりオンラインで行ってもよく、また、郵送等の方法により行ってもよい。

【0024】アクセスログに記録されたアクセスの数が比較的少ない場合は、ステップS4でオンライン広告システム21がアクセスログを集計／分析する代わりに、この処理をプロバイダが手計算により行ってもよい。

【0025】次に、図6から図9までを参照しながら、図3のステップS3、S4の処理について詳しく説明する。図6は、図3のステップS3、S4に対応するログ解析処理のフローチャートである。図6において処理が開始されると、まずプロバイダはオンライン広告システム21にフリーダイヤルの課金情報を入力し、オンライン広告システム21は入力情報に基づいてフリーダイヤルファイルを作成する（ステップS11）。

【0026】図7は、この時作成されるフリーダイヤル

ファイルの例を示している。図7のフリーダイヤルファイルには、各通話毎に、フリーダイヤル番号、通話月日、通話開始時刻、通話時間、通話度数、発信地域名、アクセス有無が記録される。このうち、アクセス有無の欄はログ解析処理における制御用のフラグとして用いられる。

【0027】次に、オンライン広告システム21はフリーダイヤル番号をキーとして、あらかじめ作成されている商店管理ファイルから該当する商店の画面のHTMLファイル名を検索する(ステップS12)。

【0028】図8は、この時用いられる商店管理ファイルの例を示している。図8の商店管理ファイルには、フリーダイヤル番号、商店の識別名、およびフリーダイヤル番号を含む画面(フリーダイヤル画面)のHTMLファイル名の対応関係が記録されている。

【0029】次に、オンライン広告システム21は、検索した商店の画面のHTMLファイル名をキーとして、該当するオンライン広告のアクセスログを抽出する(ステップS13)。そして、抽出した各アクセスログのアクセス日時を参照し、それらを含む所定時間内(または所定期間内)にあるフリーダイヤルファイルのレコードを算出する(ステップS14)。

【0030】図9は、図6のステップS14で行われるレコード算出処理のフローチャートである。図9において処理が開始されると、オンライン広告システム21は、まず抽出した各アクセスログをそのアクセス日時順にソートし(ステップS21)、フリーダイヤルファイルのレコードを通話開始時刻順にソートする(ステップS22)。

【0031】次に、フリーダイヤルファイルのレコードを1つずつ取り出し(ステップS23)、取り出したレコード内の開始時刻がいずれかのアクセスログ内のアクセス日時から所定時間内(または所定期間内)かどうかを判定する(ステップS24)。開始時刻が所定時間内(または所定期間内)であれば、そのレコードのアクセス有無の欄に「有」のフラグを格納し(ステップS25)、そうでなければ「無」のフラグを格納する(ステップS26)。

【0032】次に、そのレコードが最後のレコードかどうかを判定し(ステップS27)、最後のレコードでなければ次のレコードを取り出して(ステップS23)、ステップS24以降の処理を繰り返す。最後のレコードであれば処理を終了する。こうして、オンライン広告のアクセスログから所定時間内にあるフリーダイヤルファイルのレコードのアクセス有無の欄が「有」になる。

【0033】次に、オンライン広告システム21は、同じ商店のフリーダイヤル番号を持ち、一定時間内に属するフリーダイヤルファイルのレコードの中で、アクセス有無が「有」となっているレコードの割合を、フリーダイヤルファイルのオンラインアクセス率として算出する

(図6、ステップS15)。

【0034】次に、アクセス有無が「有」となっているレコード数を、ステップS13で抽出したアクセスログ数で割って、有効アクセス率(電話のあった率、ヒット率)を算出し(ステップS16)、処理を終了する。

【0035】このようなオンライン広告システムによれば、オンライン広告へのアクセス時刻とフリーダイヤルへのアクセス時刻を比較して、前者のすぐ後に続くフリーダイヤルへの電話を同じユーザによるものと推定することができる。したがって、オンライン広告への総アクセス数のうち、発注または問い合わせにつながった有効なアクセスの数を統計的に把握することができる。プロバイダは分析結果を用いて適切な広告料を設定することができ、広告主は分析結果を目安にしてオンライン広告の効果をも他の広告と比較することができる。

【0036】同じフリーダイヤルを掲載した広告として、通信販売等におけるカタログ広告がある。こうした広告を見てユーザが電話してきた場合、フリーダイヤルの請求書は広告主に送られるが、広告に対するアクセスログは存在しないので、上述のようなヒット率を容易に求めることはできない。

【0037】尚、以上の実施形態において、広告主が必ずしも店舗を備えた商店である必要はなく、商品やサービスをユーザに提供する任意の事業者がこれに該当し、商品やサービスの仲介を行う代理業者も広告主になることができる。また、ユーザが広告主に注文を出す方法は電話に限られず、FAX(ファクシミリ)等のフリーダイヤル契約が存在する任意の方法が利用できる。FAXを用いる場合は、オンライン広告にFAXのフリーダイヤルを掲載すればよい。

【0038】

【発明の効果】本発明によれば、オンラインショッピングにおいて、ユーザのオンライン広告へのアクセス情報と商品等の供給者へのアクセス情報との関係を調べることが可能になる。これにより、オンライン広告のサービスプロバイダまたは広告主は、その広告の有効性を把握することができる。

【図面の簡単な説明】

【図1】本発明の原理図である。

【図2】実施形態のオンラインショッピングを示す図である。

【図3】プロバイダの処理を示すフローチャートである。

【図4】アクセスログの例を示す図である。

【図5】フリーダイヤルの請求書の例を示す図である。

【図6】ログ解析処理のフローチャートである。

【図7】フリーダイヤルファイルの例を示す図である。

【図8】商店管理ファイルの例を示す図である。

【図9】レコード算出処理のフローチャートである。

【図10】従来のオンラインショッピングを示す図であ

る。

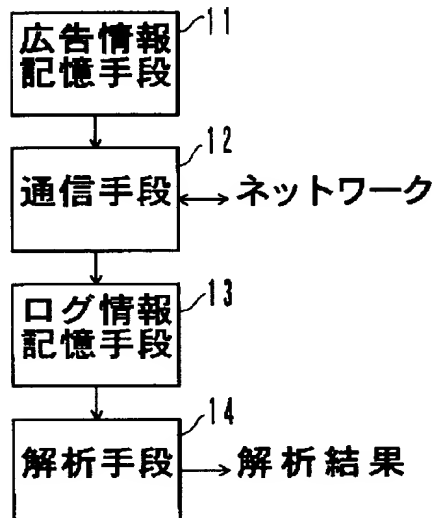
【符号の説明】

- 1 サービスプロバイダのシステム
2、22 ユーザ端末
3、23 広告主
4、24 インターネット
11 広告情報記憶手段
12 通信手段
13 ログ情報記憶手段
14 解析手段

- 12 通信手段
13 ログ情報記憶手段
14 解析手段
21 オンライン広告システム
25 フリーダイヤル制御装置
26 ログ

【図1】

本発明の原理図



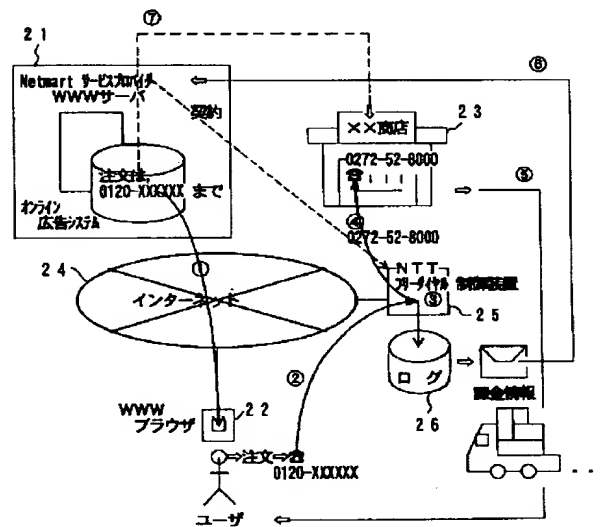
【図5】

フリーダイヤルの請求書の例を示す図

通月	話日	開始時刻	発信地	通話時間	通話回数	1分当り通話料
6	6	8 33 21	岡山	0 3 10	20	200
6	6	9 10 57	大阪	0 4 23	27	270
6	6	9 15 37	東京	0 0 38	2	20
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
6	7	9 9 51	東京	0 0 25	2	20
6	7	9 42 06	岡山	0 7 43	47	470
6	7	11 45 27	桑名	0 4 00	24	240
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

【図2】

実施形態のオンラインショッピングを示す図



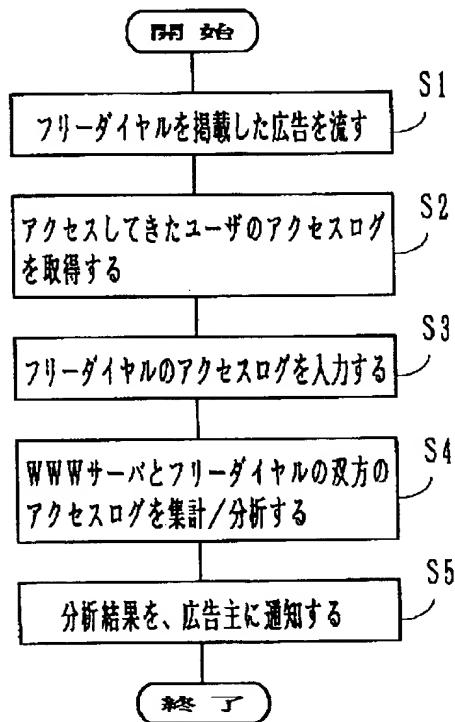
【図8】

商店管理ファイルの例を示す図

フリーダイヤル 番号	商店識別名	フリーダイヤル 画面 (HTML ファイル名)
0120-222108	××商店	A. HTML

【図3】

プロバイダの処理を示すフローチャート



【図4】

アクセスログの例を示す図

enderavor.fujitsu.co.jp [28/Aug/1995:13:48:54 +0900] "GET /A.HTML HTTP/1.0" 200 2980

ホスト名 日付 アクセス日時 リクエスト ステータス 返却したデータ長

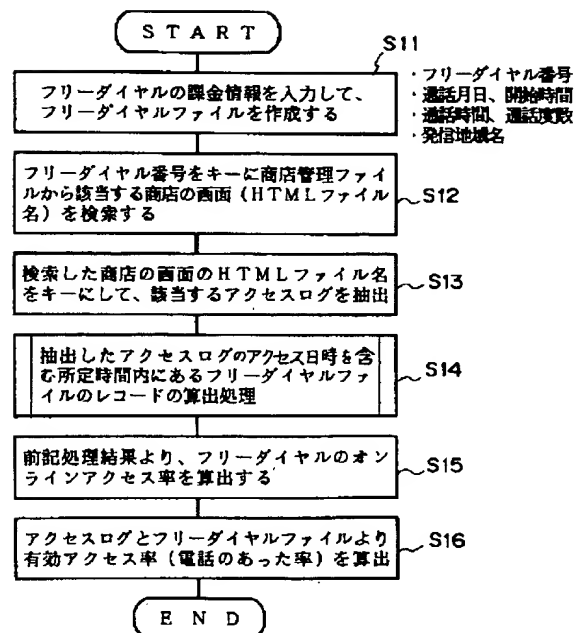
【図7】

フリーダイヤルファイルの例を示す図

フリーダイヤル番号	通話月日	開始時刻	通話時間	通話回数	発信地域名	有無
0120-222108	19970606	083321	0003100	20	山 岡	有
0120-222108	19970606	091057	0004230	27	大 阪	有

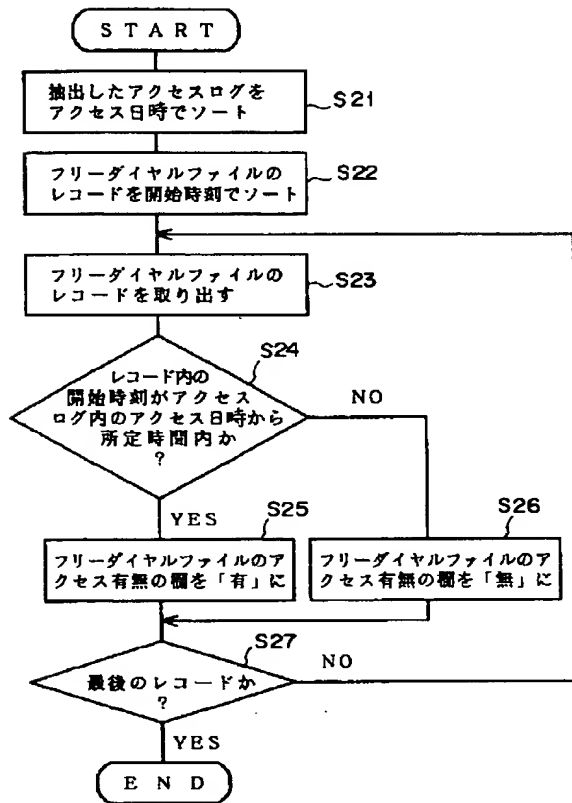
【図6】

ログ解析処理のフローチャート



【図9】

レコード算出処理のフローチャート



【図10】

従来のオンラインショッピングを示す図

